

警告：切勿侵犯版權

閣下將瀏覽的文章／內容／資料的版權持有者為消費者委員會。除作個人非商業用途外，閣下不得以任何形式傳送、轉載、複製或使用該文章／內容／資料，如有侵犯版權，消費者委員會必定嚴加追究法律責任，索償一切損失及法律費用。

《消費者委員會條例》第二十條第(1)款其中有規定，任何人未經委員會以書面同意，不得發布或安排發布任何廣告，以明示或默示的方式提述委員會、委員會的刊物、委員會或委員會委任他人進行的測試或調查的結果，藉以宣傳或貶損任何貨品、服務或不動產，或推廣任何人的形象。有關該條文的詳情，請參閱該條例。

本會試驗的產品樣本由本會指定的購物員，以一般消費者身份在市面上購買，根據實驗室試驗結果作分析評論及撰寫報告，有需要時加上特別安排試用者的意見和專業人士的評論。對某牌子產品的評論，除特別註明外，乃指經試驗的樣本，而並非指該牌子所有同型號或不同型號的產品，也非泛指該牌子的所有其他產品。

本會的產品比較試驗，並不測試該類產品的每一牌子或同牌子每一型號的產品。

本會的測試計劃由本會的研究及試驗小組委員會決定，歡迎消費者提供意見，但恕不能應外界要求為其產品作特別的測試，或刊登其他非經本會測試的產品資料。

香港快運事件凸顯業界流弊 檢視制度以加強監管

香港快運於9月29日突然宣布取消18班在10月1日至8日，來往香港與大阪、名古屋及首爾的航班，事件曝光之際，正值國慶及中秋節長假期，受影響旅客高達2,000人，不僅行程隨時落空，更可能因已預訂酒店或包車而蒙受其他金錢上的損失，加上航空公司與乘客溝通不足，結果引來社會及輿論一面倒譴責。

隨後香港快運取消更多航班，令事件再次升溫。是次事件反映有關航空公司的警覺性嚴重不足，有關管理層早於8月已知悉問題，至9月24日編更時已發現機組後備人手不足，但事隔4天才向政府通報。儘管部分旅客其後獲安排乘坐其他航班或退款，但事件已令消費者十分徬徨、憂慮，同時亦損害本港航空服務業的聲譽，影響深遠。

本會認為，監管當局及航空公司有必要檢視現行制度的不足之處，對症下藥，作出適當的改善，避免同類事件再次發生。例如當局可考慮在航空公司的發牌條款上，引入規管航空公司更改及取消航班的通報機制，特別是因人為因素所導致的事件。另外，亦可考慮要求業界就相關情況下的客戶服務制訂指引及作出承諾，確保乘客能第一時間掌握航班的最新情況。同時，本會建議當局引入一套懲處制度，就航空公司管理不善訂立罰則，以收阻嚇之效。

社會上一直有爭拗，航空公司超賣機票或因取消航班而未能為旅客提供已承諾的服務，有觸犯《商品說明條例》之嫌；不過，如果航空公司透過其他航空公司提供同等服務、安排退款及在合理時間內提供其他航班服務，讓消費者到達目的地，可以此作為免責辯護。本會認為有必要密切監察此免責辯護會否被市場濫用，損害消費者權益。

本會明白航班調動受天氣或人為等多項因素影響，例如颱風、工潮或機件故障，難以完全避免航班延誤或取消；不過作為負責任的航空公司，應將對旅客的影響減至最低，在遇上突發事故而需更改航班行程，應第一時間聯絡受影響的乘客，例如透過官方網站、手機短訊、電郵等，發放最新資訊和清楚解釋賠償細節，讓受影響的消費者得悉最新情況和作出相應安排。

消費者在不同情況下特別是有事故發生時，往往難以聯絡航空公司作查詢或尋求協助，情況一直為人詬病。投訴個案顯示，不同航空公司都曾經因超賣機票或突然取消航班等引起混亂，甚至有已購機票的消費者因航班行程突然更改而滯留外地機場，相關問題一直得不到妥善的處理。是次香港快運發放取消航班的訊息後，有消費者多次致電該公司的客戶服務熱線查詢，均無人接聽，正是活生生的例子。

目前旅客對航空服務的投訴數字每年達700宗至800宗，傳統航空公司及廉航各佔一半，主要涉及取消航班、機位超賣及客戶服務態度差劣等問題。

行業如何改善營運，在有需要的情況下為消費者提供有效支持，絕對是業界需要反思和檢討的一大課題。

本會提醒消費者，面對航班更改或取消，應不時留意電郵訊息，或上網查閱航班情況，以免忽略或太遲才發現航班取消後的最新安排。除了替補航班的詳情，消費者也須問清楚賠償細節，並謹記自保的不二法門——保存所有相關收據及紀錄，例如預訂酒店及付款紀錄，作為日後追討損失之憑據。近年不少消費者會在網上訂購機票，收據未必會詳列各項細節，消費者可以電腦截圖保留相關資料。

今次事件揭示了本港航空業一些核心問題，業界有必要汲取教訓，嚴正看待，以保香港作為全球航空樞紐的美譽。

選擇



封面人物：JW 王灝兒

消費者委員會出版

地址：香港北角渣華道191號嘉華國際中心22樓

電話：2856 3113

投訴及諮詢熱線電話：2929 2222

圖文傳真：2856 3611

電郵：choice@consumer.org.hk

網址：www.consumer.org.hk

印刷：百樂門印刷有限公司

《消費者委員會條例》第二十條第(1)款其中有規定，任何人未經委員會以書面同意，不得發布或安排發布任何廣告，以明示或默示的方式提述委員會、委員會的刊物、委員會或委員會委任他人進行的測試或調查的結果，藉以宣傳或貶損任何貨品、服務或不動產，或推廣任何人的形象。有關該條文的詳情，請參閱該條例。

本會試驗的產品樣本由本會指定的購物員以一般消費者身份在市面上購買，根據實驗室試驗結果作分析評論及撰寫報告，有需要時加上特別安排試用者的意見和專業人士的評論。對某牌子產品的評論，除特別註明外，乃指經試驗的樣本，而並非指該牌子所有同型號或不同型號的產品，也非泛指該牌子的所有其他產品。

本會的產品比較試驗，並不測試該類產品的每一牌子或同牌子每一型號的產品。

本會的測試計劃由本會的研究及試驗小組委員會決定，歡迎消費者提供意見，但恕不能應外界要求為其產品作特別的測試，或刊登其他非經本會測試的產品資料。

訂閱電話

2856 3123
3173 9488



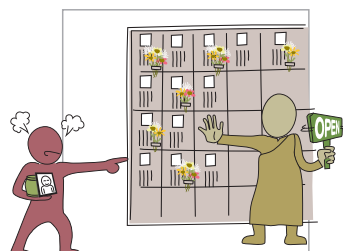
p.25



p.37



p.42



p.46

封面專題

- 4 測試40款傳統及冷壓果汁
膳食纖維遠低於食水果

測試報告

- 18 潤唇膏檢測 4款平價款式保濕效能不俗
25 可換鏡頭相機價格差異大
拍照拍片高下互見
30 汽車撞擊測試 11款被從後撞擊保護程度弱
37 買打印機必須計算整體開支

健康錦囊

- 42 小心貧血背後隱藏嚴重疾病

投智智慧

- 36 網上投資從保密開始

消費提示

- 45 同一店舖兩度涉及售賣偽冒藥物案件

投訴實錄

- 46 辦理「安置龕位」遇紛爭 消費者的無奈

汽車撞擊測試 11款被從後撞擊保護程度弱

「歐盟新車安全評鑒協會」(Euro NCAP) 除進行撞擊測試外，近年亦將「自動緊急煞車 (AEB) 系統」納入評估

範圍，不僅測試裝備「AEB系統」的汽車能否自動避免碰撞前車，更模擬有行人走出馬路的突發情況，測試「AEB系統」能否及時自動煞車。測試涵蓋的47款汽車，個別型號於不同撞擊測試中對乘客的保護不足，需要改善。



p.30



潤唇膏檢測 4款平價款式保濕效能不俗

秋冬臨近，天氣變得乾燥，要保持嘴唇滋潤有光澤，保濕效果良好的潤唇膏不可或缺。丹麥消費者組織指，某些潤唇膏中的部分礦物油物質具潛在致癌風險。有見及此，本會是次產品比較測試會先檢測樣本的礦物油物質，沒有檢出礦物油物質的樣本會進行保濕效能和用後感評價等試用者評估項目。

測試40款傳統及冷壓果汁 膳食纖維遠低於食水果

p.4



近年興起飲用冷壓果汁的熱潮，聲稱可以排毒，亦有部分不喜歡吃水果的人士以為飲用果汁可以補充足夠的膳食纖維和維他命C。

本會測試了40款預先包裝蘋果汁、橙汁和混合果汁樣本，發現2款檢出棒曲霉素高於香港的行動水平，4款檢出微量防腐劑；在營養素測試方面，樣本的維他命C含量差距很遠，以橙汁及某些混合果汁的含量較高，全部樣本的膳食纖維含量極低。